

Е. Шарапова,
студент

*Хакасского государственного университета
имени Н.Ф. Катанова
г. Абакан, Россия*

© Е. Шарапова
*Научный руководитель –
ассистент*
О.А. Вольф

СВЯЗИ С ОБЩЕСТВЕННОСТЬЮ ОРГАНА МЕСТНОГО САМОУПРАВЛЕНИЯ ПОСРЕДСТВОМ МАСС-МЕДИА (НА ПРИМЕРЕ ПРОГРАММЫ «ПОКОЛЕНИЕ.RU»)

Аннотация. В статье автор рассматривает связи с общественностью органа местного самоуправления посредством масс-медиа. На основе анализа 39 выпусков передачи «Поколение.ru» делается вывод о плодотворном сотрудничестве Управления культуры, молодежи и спорта Администрации города Абакана (Республика Хакасия) и молодёжной телепрограммы.

Ключевые слова: Public Relations, органы местного самоуправления, молодёжная телепрограмма.

Abstract. In the article the Public Relations of local self-governing body by means of mass media is described. Based on the analysis of the 39 issues of youth television program «Pokolenie.ru» the conclusion is made about the successful cooperation of the Department of culture, youth and sports of the city of Abakan (Khakassia Republic) and youth program.

Keywords: Public Relations, local self-governing body, youth television program.

Система местного самоуправления в России базируется на учёте особенностей конкретных территорий и проживающего на них населения, а значит, органы местного самоуправления (далее – МСУ) должны работать со своей общественностью гораздо более плотно, нежели, например, государственные органы. В связи со спецификой муниципальной власти в нашей стране, «Public Relations являются важнейшей составляющей деятельности любого органа местного самоуправления» [5, с. 121].

Направления деятельности PR органов МСУ могут быть разными, но совершенно очевидно, что значительную часть этой деятельности занимают связи с общественностью через средства массовой информации. По свидетельству О.Н. Садуллаевой, 65% PR-деятельности в мировой практике осуществляется посредством СМИ [4, с. 71]. Г. С. Мельник, изучающая взаимодействие PR-структур и СМИ, говорит о том, что медиарилейшнз как деятельность по выстраиванию отношений со СМИ «заключается в эффективном управлении внутренней и внешней информацией, установлении дружеских контактов со всеми общественными структурами через институт масс-медиа» [1, с. 108].

Прямая обязанность многих муниципальных сотрудников контактировать с населением обуславливает тот факт, что медиарилейшнз занимают в структуре PR-деятельности органов МСУ не такое большое место, как, например, в PR государственных органов, однако, связи со СМИ от этого не становятся менее важными.

В данной работе мы рассмотрели связи с общественностью Управления культуры, молодежи и спорта Администрации города Абакана через городскую молодёжную телепрограмму «Поколение.ru».

Управление культуры, молодежи и спорта Администрации города Абакана является органом местного самоуправления в системе исполнительных органов местного самоуправления муниципального образования город Абакан. Оно создано в 1997 году согласно Постановлению Главы Администрации города № 89 от 10 февраля 1997 «Об образовании Управления культуры, молодежи и спорта и утверждении структуры данного управления» [3].

Целью деятельности Управления культуры, молодежи и спорта Администрации города Абакана (далее – УКМиС, Управление) является создание условий для дополнительного образования детей, развития и реализации потенциала молодежи, развития культуры, физической культуры и спорта в муниципальном образовании города Абакан.

С 1997 года Управление культуры, молодежи и спорта реализовывает идеи и проекты для молодежи, со временем возникает необходимость рассказывать о выполненных делах городу и региону в целом. В 2002 году такая возможность появилась. Информационное радиотелевизионное агентство «Абакан» запустило телепроект о молодежи и для молодежи – «Поколение.ru».

Программа «Поколение.ru» была задумана как открытая площадка: любой желающий может прийти и попробовать себя в роли корреспондента или оператора. За всё время существования передачи большое количество молодых ребят использовали этот шанс «примерить» на себя профессию журналиста.

Над программой работают молодые, интересующиеся всем люди. График напряжённый, приходится одновременно быть и режиссёром монтажа, и корреспондентом, и ведущим. Аудитория программы «Поколение.ru» – это школьники, преимущественно студенты и работающая молодёжь, реже люди зрелого возраста. С аудиторией программы налажена обратная связь: в редакцию поступают звонки, в социальной сети «ВКонтакте» зарегистрирована собственная страница [2].

Темы для сюжетов отличаются своим разнообразием: спорт, досуг, культура, общество и т. д. Идеи для съёмок корреспонденты обычно находят сами, но также с удовольствием принимают интересные предложения о съёмках от горожан, учреждений и организаций.

Стоит отметить, что сотрудничество с УКМиС на протяжении всего времени существования программы даёт плодотворные результаты. Информация, о которой сотрудникам Управления необходимо рассказать, иногда не доходит до аудитории своевременно, поэтому взаимодействие с молодёжной программой выгодно для УКМиС. Ведущий специалист отдела молодёжи УКМиС помимо своих прямых обязанностей проводит работу со средствами массовой информации, в том числе с программой «Поколение.ru». Общение носит неформальный характер: приглашение на мероприятие, которое необходимо осветить, приходит либо в социальной сети «ВКонтакте» на страницу редакции, либо в телефонном режиме. Редакция принимает во внимание все предложения, но ввиду нехватки эфирного времени может отказать в сотрудничестве.

Представитель УКМиС только предлагает информационный повод, но не ведёт контроль над разработкой и монтированием сюжета, поэтому работники редакции могут распоряжаться материалом самостоятельно, к примеру, создать полноценный сюжет о предлагаемом мероприятии, либо сделать отклонение в другую, более интересную (по мнению корреспондентов) сторону.

В 2014 году программа «Поколение.ru» вышла в эфир 39 раз и представила зрителям 165 разных, интересных, актуальных, креативных сюжетов. На протяжении всего года в редакцию поступали предложения от УКМиС о сотрудничестве, и корреспонденты всегда реа-

гировали на них, не оставляли в стороне мероприятия, которые предлагалось осветить. Чаще всего корреспонденты и операторы программы «Поколение.ru» выходили на улицы города, где волонтеры проводили различные акции.

При сотрудничестве органа местного самоуправления и самой передачи в 2014 году снято 35 сюжетов: «17 февраля – день спонтанной доброты», «Консультант+», акция «Подари дом птицам», проекты «Здравствуй», «Бросаем курить», «День пожилого человека», «Новый год для малообеспеченных детей», «Здравствуй, юный доброволец!», акция «Добрый день», «Зарница», «Что? Где? Когда?», «Молодость+» и др.

Часто в сюжетах можно было увидеть сотрудников УКМиС, которые рассказывали как о своей деятельности, так и о предстоящих планах Управления. Таким образом, несомненно, формировался положительный имидж исследуемого органа, ведь аудитория могла отслеживать проделанную его сотрудниками работу; постоянные зрители со временем начинали визуально идентифицировать работников Управления и соотносить их с определёнными направлениями деятельности.

Например, в передаче от 24 сентября 2014 года в сюжете, который начинается на шестой минуте выпуска, сотрудник УКМиС Павел Герасимов рассказал зрителям о проекте «Здравствуй» (<https://rutube.ru/play/embed/7217777?autoStart=true&isFullTab=true&ref=window&bmstart=330>). В основу этого проекта было положено популярное в последнее время явление – флешмоб, суть которого заключается в том, что большая группа людей, заранее договорившись, выполняет определённые действия в каком-либо общественном месте. Обычно это незамысловатый танец с простыми движениями, которые могут повторить люди любого возраста. Появившись как средство развлечения, флешмоб впоследствии начал активно использоваться в качестве формы привлечения внимания к различным социальным проблемам. Например, «Здравствуй» является продолжающимся проектом (к моменту выхода в эфир анализируемой передачи он на протяжении года реализовывался уже несколько раз), цель которого – пропаганда здорового образа жизни и формирование двигательной активности населения. В указанном случае флешмоб проводился у спорткомплекса «Абакан» 22 сентября в День отказа от автомобиля; для участия в нём собрались более ста человек. Во многом развитие проекта «Здравствуй» стало возможным благодаря его ос-

вещению в программе «Поколение.ru», ибо основными участниками подобных мероприятий являются обычно школьники и студенты, то есть целевая аудитория этой молодёжной телепрограммы.

В передаче от 20 апреля 2014 года прошёл сюжет об акции Управления «Из поколения в поколение», которая была посвящена предстоящему празднованию Дня Победы (https://vk.com/video-44530495_168751647?list=d3d04e59d029ad9eaa). Её особенность заключалась в том, что в рамках указанной акции предполагалось проведение около 150 мероприятий различного уровня, направленных на разную аудиторию. В эфире «Поколения.ru» сотрудник УКМиС рассказал о специфике предстоящей деятельности Управления по организации празднования и объяснил жителям г. Абакана, что подробности любого мероприятия можно узнавать по телефону. Таким образом, представителям Управления удалось аккумулировать информацию о подготовке ко Дню Победы в одну акцию, что было оправданным, так как обо всех 150 готовящихся событиях рассказать было невозможно. Зрителям предлагалось самим выбирать, в каких мероприятиях участвовать. Сюжет вышел за три недели до 9 Мая, поэтому информация дошла до аудитории своевременно, что способствовало активному участию горожан в праздновании Дня Победы.

В редакцию программы «Поколение.ru» периодически приглашаются люди, которые могут подробно рассказать о профессиональной деятельности сотрудников УКМиС. Например, в выпуске от 10 декабря 2014 года лидеры Студенческого совета г. Абакана рассказали не только о своих успехах и мероприятиях, в которых они принимают активное участие, но и о деятельности Управления и его роли в реализации молодёжной политики в столице республики и регионе в целом

(https://vk.com/pokolenoru?z=video18293505_170844200%2F28f1a33e3693ea6910). Раз в полгода эфирное время полностью занимают передачи о проходящих акциях и мероприятиях УКМиС, как, например, в выпуске от 12 ноября 2014 года, в котором все сюжеты были посвящены работе Управления (https://vk.com/pokolenoru?z=video18293505_170521900%2F70b26fa30433b8810d).

В целом работа с редакцией молодёжной передачи ведётся в Управлении по стандартной схеме, используются традиционные методы взаимодействия: личные контакты, информационные сообщения по телефону или в сети, организация интервью с членами различных молодёжных сообществ и т. д.

Таким образом, связи с общественностью Управления культуры, молодежи и спорта Администрации города Абакана через молодёжную телепрограмму «Поколение.ru» можно считать эффективными.

Литература:

1. Мельник, Г.С. Взаимодействие PR-структур и СМИ: формы, принципы, зоны ответственности / Г.С. Мельник // Управленческое консультирование. – 2012. – №4. – С. 108–116.

2. Поколение.ru: публичная страница // Сайт «ВКонтакте». – URL: <https://vk.com/pokolenoru> (дата обращения: 09.02.2015).

3. Положение «Об Управлении культуры, молодежи и спорта Администрации города Абакана» // Сайт мэрии города Абакана. – URL: <http://мэрия.абакан.рф/gorsovet/resolutions/13631/13634.html> (дата обращения: 03.02.2015).

4. Садуллаева, О.Н. PR и СМИ: СМИ как PR-инструмент органов власти и политических партий / О.Н. Садуллаева // Вестник Челябинского государственного университета. Политические науки. Востоковедение. Вып. 14. – 2013. – № 23 (314). – С. 71–73.

5. Шарапова, Е.Ю. Publicrelations как важнейшая составляющая деятельности органов местного самоуправления / Е. Ю. Шарапова // От учебного задания – к научному поиску. От реферата – к открытию: материалы IV Всероссийской студенческой научно-практической конференции с международным участием / науч. ред. Н.В. Надеева, отв. ред. Е.В. Реутов, Н.Л. Чудаева. – Абакан: Издательство ФГБОУ ВПО «Хакасский государственный университет им. Н.Ф. Катанова», 2015. – 244с. – С. 120–122.